

WORKSHOPS

Leadership by Storytelling

In Wiens erster Location für strategisches Storytelling schreiben Manager und Mitarbeiter an **UNTERNEHMENSSTORYS ALS LEADERSHIP-TOOL**.

Bettina Furlinger hat 15 Jahre als Kommunikationsmanagerin in der Finanzbranche gearbeitet, dann eine Agentur für authentische Kommunikation gegründet und ist Lektorin an der Donau-Universität Krems sowie der FH **IMC** Krems. Nun hat sie in der Kolingasse im neunten Wiener Gemeindebezirk die erste Location für strategisches Storytelling und Co-Writing eröffnet: „be your story“. In diesem inspirierenden Umfeld bringen Unternehmer, Manager und Mitarbeiter in verschiedenen Workshop-Formaten unter ihrer Anleitung und Betreuung ihre authentischen Unternehmensstorys zu Papier, schreiben aber auch individuelle Geschichten, die damit in Konnex gebracht werden.

„Storys sind authentisch, sie füllen Werte und Visionen mit Fleisch und Blut und machen den Menschen mit seinem Spirit im Unternehmen spürbar und glaubwürdig. Storytelling ist die zeitgemäße Form der Kommunikation für zukunftsweisendes Wirtschaften“, sagt Furlinger. In ihrem „be your story“-Konzept finden Unternehmen, die von ihrer „Heldenreise“ erzählen – vom Gründungsfunken, von Highlights und Hürden, Schlüsselmomenten und Zukunftsvisionen –, mehr Klarheit über und neue Zugänge zu ihrer Unternehmensidentität und ihrem Purpose. Furlinger: „Solche Storys tragen die Essenz und den Mehrwert des Unternehmensangebots im Web, in einem Pitch oder in einem Nachhaltigkeitsbericht zu den Kunden, Mitarbeitern und an die Öffentlichkeit.“

Mit dem Erarbeiten einer Unternehmensstory wird Storytelling aber auch zu einem wirksamen Leadership- und Motivationsinstrument. Kraftvolle Storys, etwa von Führungspersonlichkeiten wie Steve Jobs (Apple) oder Götz Werner (dm), vermitteln nachvollziehbar Purpose und Werte, machen

Haltungen von Führungskräften greifbar und inspirieren, statt nur zu predigen und zu missionieren. In Veränderungsprozessen oder Neuausrichtungen geben solche Storys Orientierung und tragen so zur Entwicklung neuer Stabilität und Integration bei.

„Wir entwickeln in Team-Workshops auch die persönlichen Storys der Mitglieder. Diese machen



BETTINA FÜRLINGER (gr. Bild r.) freut sich über die Eröffnung von „be your story“, ihrer Location für strategisches Storytelling.

FOTOS: KATHARINA HÖPPEL (3), VERLAG, BEGESTELLT

ihnen ihr individuelles Credo bewusst und verdeutlichen ihnen, wie sie ihre Motive und Überzeugungen in diesem Unternehmen leben können“, erklärt die Kommunikationsexpertin. Die Schnittmenge von Unternehmens- und Mitarbeiterstory steht für den Bereich maximaler Identifikation und kann wiederum Basis für Employer Branding sein, in dessen Rahmen Mitarbeiter als Botschafter ihr Unternehmen glaubwürdig als attraktiven Arbeitgeber präsentieren.

„Führung durch Werte, Sinn, Inspiration, eigenes Vorbild, Vertrauen, Empowerment und Wertschätzung entspricht sehr stark dem, was Storytelling leisten kann“, fasst Förlinger die Leadership-Aspekte von Business-Stories zusammen. „Im ‚be your story‘-Space bringen wir die Essenz des Unternehmens ans Licht und tragen seinen Spirit zu Kunden, Mitarbeitern und an die Öffentlichkeit“, unterstreicht sie den Mehrwert ihres Ansatzes.

Neben maßgeschneiderten Unternehmensworkshops, die zudem auch ein exzellentes Teambuilding-Instrument darstellen, sowie individuellen Story-Coachings bietet die Expertin in ihrer neuen Location heuer mehrere Arten offener Workshops zu folgenden Themen und Terminen an:

→ Storytelling für die authentische Business-Kommunikation: 11./12. 2. sowie 4./5. 6. (Kosten: 820 Euro);
 → Nachhaltige Kommunikation mit Sinn und Story an zweimal zwei Tagen von Stakeholder-Kommunikation bis Nachhaltigkeitsbericht: 25./26. 3. und 16./17. 4. (Kosten: 2.030 Euro);
 → Leadership-Storytelling und Change Management durch authentische Kommunikation: 22./23. 10. (Kosten: 1.200 Euro);
 → Wöchentliche Co-Writing-Abendsessions für aktuelle Schreibprojekte von Blogbeiträgen über Buchkapitel bis zu Redemanuskripten.

„Die Marktresonanz ist bisher sehr gut. Das zeigt mir, dass das Verständnis dafür, dass es bei Leadership um Menschen geht, im Steigen begriffen ist“, fasst Förlinger die Reaktionen auf ihr neues Angebot zusammen. Die Palette der Interessenten ist breit gestreut: von Start-ups, denen es um die Entwicklung eines eingängigen Elevator-Pitch geht, über eigentümergeführte Unternehmen, bei denen der Nachfrageschwerpunkt auf der Entwicklung einer professionellen Nachhaltigkeitskommunikation liegt, bis hin zu Großunternehmen, die dabei primär auf Leadership-Themen und Teambuilding setzen.

„Die Marktresonanz ist bisher sehr gut. Das zeigt mir, dass das Verständnis dafür, dass es bei Leadership um Menschen geht, im Steigen begriffen ist“, fasst Förlinger die Reaktionen auf ihr neues Angebot zusammen. Die Palette der Interessenten ist breit gestreut: von Start-ups, denen es um die Entwicklung eines eingängigen Elevator-Pitch geht, über eigentümergeführte Unternehmen, bei denen der Nachfrageschwerpunkt auf der Entwicklung einer professionellen Nachhaltigkeitskommunikation liegt, bis hin zu Großunternehmen, die dabei primär auf Leadership-Themen und Teambuilding setzen.

Info & Termine: beyourstory.at

